



TITLE:

多国籍企業の地理的展開における 研究活動の役割

AUTHOR(S):

ノンニス, ジャンカルロ

CITATION:

ノンニス, ジャンカルロ. 多国籍企業の地理的展開における研究活動の
役割. 経済論叢 1987, 139(4-5): 329-346

ISSUE DATE:

1987-04

URL:

<https://doi.org/10.14989/134195>

RIGHT:

經濟論叢

第 139 卷 第 4・5 号

生成期のマーケティング論 (上)	近 藤 文 男	1
電電公社民有化会計の経済的帰結 (2・完)	醍 醐 聰	20
多国籍企業の地理的展開における 研究活動の役割	ジャンカルロ・ノンニス	35
12月危機とシャハト	山 中 浩 司	53
修正寄与率についての一試論	橋 本 勝	69

書 評

David Reisman, <i>The Economics of Alfred Marshall</i> , Macmillan, 1986.	根 井 雅 弘	83
--	---------	----

昭和 62 年 4・5 月

京都大學經濟學會

多国籍企業の地理的展開における 研究活動の役割

ジャンカルロ・ノニス

I 論文の概要

この論文において、企業の地理的展開における研究活動の役割が分析され、研究活動の三種類が見分けられた。(1)財務資源を効率的に管理するために必要となる情報獲得に重点をおいた研究活動。(2)生産要素を効率的に管理するために必要な情報獲得に重点をおいた研究活動。(3)プロダクト・イノベーションまたはプロセス・イノベーションをおこさせるための情報獲得に重点をおいた研究活動。さらに、ここでたてられた仮説は次の通りである：プロダクト・イノベーションまたはプロセス・イノベーションに研究集約的である企業は、翰取り（アルビトラージュ）に研究集約的である企業よりも地理的展開が多い。ここで仮説された命題は、一般的に以下に展開されるデータによって裏付けられたが、カナダや英国の企業はここでは当てはまらない。

II 研究の目的と意義

(1)今まで、経済学者や経営学者にあまり配慮されなかった企業の研究活動と企業の地理的展開との関係を検討すること。(2)研究活動によって企業の地理的展開を観察すること。(3)、(1)と(2)にあげられたものを国別に比較し分析することである。

III 理論形成の試み

i. 企業はさまざまな情報収集活動に従事する。簡単に言えば、以下の分野

において企業が適切な情報の獲得を試みる場合がそれである。

- a. 財務資本および財務資源の管理にかかわる情報 (the trapezitic function of management)¹⁾
- b. 生産要素の効率的な割当てを管理するための情報 (the catallactic function of management)²⁾
- c. 技術によっておこる寡占・独占の状態を管理するための情報 (the plastic function of management)³⁾

ii. 財務資源と生産資源の効率的な割合てを管理するために獲得された情報によって、鞘取りに基づいた利益を追求する。鞘取りというのは、次の状態についての知識として定義される：

1. 財務資源（エクィティ資本、外国為替、さまざまな資産の組合せ〔ポートフォリオ〕）からの利益は、Y地域においてよりもX地域においての方がより有利である。
2. 生産要素は、X地域においてより低価格で購買され、Y地域においてより高価格で売却される。又は、Y地域においてより、X地域においてより有利に利用される。

鞘取りの利益は、W. S. ジェヴォンズの商品価格における一物一価法則 (Law of Indifference) に従う。それは、「同じ解放市場において同時に、同じ商品についての異なった価格がありえない。」⁴⁾ このジェヴォンズの法則の意味は、長期に渡って⁵⁾ 鞘取りの利益が徐々に減少してゆくの避けられないというこ

1) ここでは the trapezitic function of management は財務資源にかかわる管理の機能を意味する。Trapezitic は古典ギリシャ語の「財務的」という意味の語彙から派生した。

2) the catallactic function of management は生産要素を効率的に交換する管理の機能を意味する。Catallactic は古典ギリシャ語の「交換」という意味の語彙から派生し、最初に Richard Whately によって経済学に導入された。Richard Whately, *Introductory Lectures on Political Economy*, 1831; Israel M. Kirzner, *Perception, Opportunity, and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*, Chicago, Chicago University Press, 1979, p. 87 を参照のこと。

3) the plastic function of management は経営者の創造的な機能を意味する。Plastic は古典ギリシャ語の「創造的」を意味する語彙から派生。

4) Stanley W. Jevons, *The Theory of Political Economy*, Pelican books, p. 138.

5) 「長期に渡って」=「in the long run」“a time period relating to the process of produc-”

とである。それは、財務資源と生産要素の価格が最終的に均衡になりつつあるためである。換言するならば、鞘取り活動で用いられた知識は、徐々に市場を均衡にする傾向があるためである。

iii. それに反して技術による寡占・独占の状態に導く情報は、イノヴェーション（プロダクトとプロセス・イノヴェーション）に基づくといえよう。イノヴェーションの利益は、ジェヴォンズの一物一価法則（Law of Indifference）に従わない。というのは、イノヴェーションは市場の状態を抜本的に変化させ不均衡の状態のなかで新しい利益の状態を引き起こすからである⁶⁾。鞘取りとイノヴェーションとの相違は次のように説明できるだろう。前者は、すでに不完全市場の状態での利益のための機会を見分け、後者は、不完全市場をつくりだし利益のための機会を追求する。換言するならば、鞘取りは市場の環境の受動的知識に基づくのに対してイノヴェーションは、利益を追求するため市場の環境をラディカルに変化させる創造的な知識に基づくからである。鞘取りは、市場にすでにある利益のための機会を発見することからなり、イノヴェーションは、市場に現実に存在していない利益のための機会を創造することからなるといえよう。これら双方の間の量的、質的なギャップは、イノヴェーション利益を有利に生み出す。上述のものは次のようにシンボルで表わされる。

$Pa = A - B$, Pa は鞘取りによる利益を意味する。

A は商品を売却する価格 B は商品に支払われた価格。

$Pi = A - B + C$, Pi はイノヴェーションによる利益を意味する。ここには鞘取りの利益が含まれ $(A - B)$ そして C は技術によって起こる寡占・独占からの利益を意味する。

iv. 典型的な鞘取りの活動を行う企業は、おそらく銀行、商社、垂直的・水

tion during which there is time to vary all factors of production, but not sufficient time to change the basic technological processing being used..." D. V. Pearce (ed), *Dictionary of Modern Economics*, London, Macmillan, 1981, p. 259.

6) J. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*, Oxford, Oxford University P., 1980 (再版)。

平的統合、合併等を行なう企業、等が含まれ、そこでは、規模による利益が見られる。典型的なイノベーション活動を行う企業は、先端技術（例えば、電子、化学、薬品、精密機械、航空、新マテリアル、自動車など）を扱う企業が含まれるだろう。

v. 鞘取りとイノベーションとの関係について

上述のごとく企業において、鞘取りの研究活動とイノベーションの研究活動は、企業の成長に必要である。イノベーションの研究活動は鞘取りの研究活動を前提にしているが、後者は前者を必ずしも前提にしていえないといえるだろう。例えば富士通、森永製菓は鞘取りの研究活動において、ある程度共通点があるのに対して、イノベーションの研究活動においては、森永よりも富士通の方がより重点をおいているだろう。いうまでもなく富士通は、不確実な又は頻繁に変化する市場で活動しているということが明白である。ここで指摘すべき点は、ここで分析された企業が、いつも明らかな形で範疇化されるとはいえない。森永製菓はもちろんある程度イノベーション研究活動を行うが、そこに投入される研究活動は富士通には達しえないであろう。換言するならば、「純粋に」鞘取り活動を行う企業、そして「純粋に」イノベーション活動を行う企業は存在しないのである。鞘取り活動とイノベーション活動に程度の差が見られるにすぎないのである。

vi. 鞘取りの利益、イノベーションの利益と地理的展開との相互関係

企業におけるイノベーションの利益は普遍性がある。というのは、プロダクト、プロセスはイノベーションの新しいものであるからこそ世界市場で発売される可能性があるのである。他方、企業における鞘取りの利益は特殊性がある。それは、特別な「地域」による不完全市場に根ざすためである。例えば、東南アジアにある日本の企業は鞘取りの利益を追求するため直接投資を行っている（安い人件費、垂直統合、不経済要素回避—たとえば公害など）。同企業はもちろん、ヨーロッパでは同じ活動は行わないだろう。なぜならば、そのような鞘取りの利益は得られないからである。他の日本の企業（いわばソニー、

日立など)はイノベーションの普遍性と鞘取りの特殊性から生じる利益を得ることによって、同時に東南アジア、そして米国で活動を行っている。ソニーと日立は、イノベーションの活動に活発であるのに対し、東南アジアで活動している採鉱又は零細企業はおそらく、イノベーション活動において活発ではなくグローバルに展開する普遍的な基盤に欠けるであろう。

vii. 仮 説

上述に従って、一般的な仮説が次のように立てられた。イノベーションの活動を積極的に行なう企業は、技術による寡占・独占の状態を保護するために、主に鞘取りの活動を行う企業よりも地理的に展開する傾向がみえる。

IV 多国籍化に関する主要な理論

多国籍企業を研究している学者は、研究活動が企業の地理的展開(多国籍化)に多かれ少なかれ影響を与えることに気づいたが、その中でも特に鞘取りの利益に導く研究活動に注意を引き付けられたといえよう。例えば C. キンドルバーガー⁷⁾によると、特許を受けた知識が、海外進出する企業にとって有利な点とみなされるにもかかわらず、現実には鞘取りの活動につながる生産要素の不完全市場、資本資源参入の差別、規模利益、垂直的・水平的統合などが、企業の地理的展開に圧倒的に重要な要素とされている。ゲルトマンとオーレン⁸⁾は、ヨーロッパ最初の多国籍企業の発展を説明し、それらの発展は鞘取り活動で実現されるということを述べる。とりわけ輸送費縮減、輸出税排除、外国からの安定した資源の供給がそれである。

しかし著者は、ヨーロッパ最初の多国籍企業が先端技術において活発であったのを見逃した⁹⁾。R. Z. アリバー¹⁰⁾は米企業の地理的発展を説明することに

7) C. Kindleberger, "The Monopolistic Theory of Direct Foreign Investment", in G. Modelski (ed), *Transnational Corporations and World Order*, San Francisco, Freeman and Co., 1979, p. 91-107.

8) M. Ghertman, M. Allen, *An Introduction to the Multinationals*, London, Macmillan, 1984, p. 1-30.

9) 例えば: Bayer (1863), Solvay (1881), S. A. Cockerill (1815), Linde Gas.

10) R. Z. Aliber, *The International Money Game*, London, Macmillan, 1983, p. 267-290.

よって、同企業に資本市場による利点 (advantage) があるということを述べた。とりわけ米企業は、低い利息で資本資源を借用し、発行された証券を高く売却することができる。アリバーによれば、米企業の発行する証券は安定したドルの資金源であるので、投資者はそれを買ったがるのである。R. ベルノン¹¹⁾はアリバーのように、米企業の多国籍化を分析するが結論は違う。ベルノンの最初の理論 (1966) によれば、プロダクト・サイクルは企業の地理的展開の基礎であるという。具体的にいえば、新製品がまず少量で米市場で発売される。新製品の需要が多くなるにつれて、製品の生産が拡大する。そして又この市場のプロセスが規模利益を引き起して、製品の価格が安くなってくる。第二に同じ製品の需要が外国にも多くなって、それを満たすために米企業が海外進出する。しかし、プロダクト・サイクル理論は最近問題になってきた。というのは、新製品は同時に世界市場で発売される。これに従って、ベルノンは1979年¹²⁾にプロダクト・サイクル理論を改正した。改正された理論によると、米企業は寡占による利益を保護するため地理的發展する。すなわち(a)イノベーションによる寡占、(b)規模利益による寡占、(c)カルテル又は分散投資による寡占である。第二の改正された理論にはベルノンは本質的に異なった要因による不完全市場の存在を明白に認識した。そこにおいて、(a)はイノベーションの意味で、(b)と(c)は鞘取りの意味で取り扱った。J. E. パーカー¹³⁾と O. ウィリアムソン¹⁴⁾は、企業の地理的展開の問題について次の通り述べている。それは企業が海外進出を押し進めるための主要な動機は、契約関係を安定させ、市場を企業のニーズに合わせ縮小又は拡大するために市場を内部化することである。市場内部化から生じる利点は次の通りである：生産インプットのフロー (flow)

11) R. Vernon, "International Investment and International Trade in the Product Cycle" in *Quarterly Journal of Economics*, vol. 80, p. 191-207.

12) R. Vernon, "The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 41, p. 255-267.

13) J. E. Parker, *The Economics of Innovation*, New York, Longman, 1978, p. 147-249.

14) O. Williamson, *Market and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, New York, The Free Press, 1975.

調整、価格差別 (discriminatory pricing)、市場占拠率を自由に裁量すること、生産管理又は計画の自由、技術のノウ・ハウの移転、イノベーション活動から生じる大部分の利益を獲得する可能性の向上 (エスケープ アンド カプチャー プロセス)¹⁵⁾。

最近、日本企業のめざましい地理的展開は多くの学者の注目を集めた。T. オザワ¹⁶⁾によると日本の多国籍企業は独特な現象を示し、それらの地理的展開の動機は次の通りであるという。それは人件費およびエネルギー費の増大、環境悪化、円高、産業用地の不足、海外からの資源輸入への高い依存である。小島清¹⁷⁾は、米多国籍企業を日本の多国籍企業と比較し、次のような点を観察した。米多国籍企業は地理的展開する時に資本集約的活動に投資し、それに従い長期に渡ってその商業ベースを縮小してゆく (Mundell Substitution Relationship Theorem) のに対し、日本の企業は、技術のノウ・ハウとマネジメントスキルズによって労働集約的活動に集中する傾向がある。従って、日本の企業は進出した土地の生産性を向上し、同時にその商業ベースを高めてゆくということがいえる。換言すれば、小島氏の分析によると、米多国籍企業の地理的展開がイノベーションの利益によって主に促進するのに対し、日本の多国籍企業は、主に鞘取りの利益によって促進されるといえる。

V 文 献 の 評 価

紙面の都合上、上述されたものについてここで詳しく論ずることは不可能であるが、明らかに J. E. パーカー、R. ベルソンを除く大部分の学者は、鞘取りの利益によって企業の地理的展開を説明してきた。多国籍化の分析への選択的なアプローチ (selective approach) を説明するには2つの理由がある。第一に、古典的経済学は成長要因ではあるが、系統的な分析が行なわれにくい企

15) J. E. Parker, o. c., "escape and capture mechanism", p. 250-257.

16) T. Ozawa, *Multinationalism, Japanese Style*, Princeton University Press, 1979.

17) K. Kojima, *Japanese Direct Foreign Investment, A Model of Multinational Business Operations*, Tokyo, Tuttle, 1978.

業の「無形資産 (intangible assets)」, 例えば技術, イノベーション活動, 経営者行動 (entrepreneurship) を扱うことは困難であるということを見出した。第二に, 前にも述べたように, 鞘取りの利益は地理的展開をなした企業においては常に存在し, イノベーションの利益よりも見分けられやすいといえる。従って, 多国籍企業の地理的展開が, 主に鞘取りの利益に基づく理論的なく組内で分析されてきたことは意外なことではないといえよう。

VI 研究手順

A. 選択された変数

1. 独立変数: 企業の活動。その活動は次のように区別した。(a)研究集約的活動 (research intensive) (b)研究非集約的活動 (non research intensive) 研究集約的である企業とは, 製造業における国の研究活動費の平均を上回る企業である。例えば, 富士通は4.2%の研究活動費を費やす電子の先端分野で活動しているのに対し, 日本の製造業における研究活動費は1.9%である¹⁸⁾。これによって, 富士通は研究集約的な企業として分類された。研究非集約的企業は, 食品, 鉱業, 出版業, 金属, 製紙, 繊維業などであり, 日本の製造業の研究活動費平均よりも高い。

独立変数の選択は次の仮定に従って行なわれた: (i)研究集約的な活動はイノベーション活動に相関する¹⁹⁾, (ii)イノベーション活動は企業の限界成長 (marginal growth) に相関する, (iii)企業の限界成長は企業の地理的展開に相関する。

2. 従属変数は企業の地理的展開として選択された。しかし, 選ばれた企業は次の条件を満たしていなければならない: (i)製造活動を行うこと, (ii)製造企業の資産を50%以上に保つこと, (iii)地理的にいくつかの国に展開すること。すな

18) *Indicators of Science and Technology*, 東京, 科学技術庁計画局編, 1983, p. 49.

19) C.Freeman, *The Economics of Industrial Innovation*, London, Frances Printers, 1982, p. 24; R. Caves, *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge University Press, 1982, p. 195-223.

わちここでは、0—2か国に展開した企業は準ナショナル、3—6か国に展開した企業はトランスナショナル、7か国以上に展開した企業はグローバルと呼ばれた。この研究の目的は企業の地理的展開であって、同じ国で設立された数々の子会社は計算に入れられなかった。いうまでもなく、変数の操作は任意で問題があるかもしれないが、それによってデータを展開度で扱うことができた²⁰⁾。

B. サンプル フレーム (sampling frame)

フォーチュン雑誌に掲載された500米企業(1982)とその他の500の企業(1981)から売上高の順序で700企業が選択され、それを国別にグループ分けし、分析した。企業に関する資料は次のものに基づいた。

フォーチュン雑誌(1982, 1981)

Jane's Major Companies of Europe (1980)

Moodies Investment Book of America, Britain and Europe (1980)

Top 2000 Japanese Companies (Japan Times 1983)

Japan Company Handbook (Second Half, 1983), Toyo Keizai

海外進出企業, 東洋経済, 1983

VII 研究の結果

i. サンプルの記述統計

表1にフォーチュン雑誌に載った700企業が国別にグループ分けされた。

表1から明白になったことは米企業が第一位を占めるということである。日本は第二位、英国は第三位を占める。韓国の企業はスイスと同様に第十位を占めることになったのは意外なことである。

経済地域によってグループ分けする場合、結果は表2の通りである。

フォーチュン雑誌に掲載された大手企業の80%以上は西洋にあり、16%はアジアの太平洋岸にあり、残りの4%の大部分は発展途上国にある。

20) 定義された多国籍化は operating definition であり他の研究者もこれに言及している。P. J. Buckley, M. Casson, *The Economic Theory of Multinational Enterprise*, London, Macmillan, 1985, p. 1 を参照。

表1 フォーチューン雑誌に載った700企業〔国別〕

国	籍	企 業 数	パーセント	ランキング
米	国	297	42.30	1
日	本	97	13.82	2
英	国	77	10.97	3
西	独	53	7.55	4
	仏	33	4.70	5
カ	ナ	27	3.85	6
ス	ウェーデン	18	2.56	7
オ	ランダ	11	1.57	8.5
イ	タリア	11	1.57	8.5
韓	国	10	1.42	10.5
ス	イス	10	1.42	10.5
ス	ペイン	9	1.28	12
ペ	ルギー	7	1.00	13
そ	の 他	42	5.98	—
合	計	702	99.99	—

表2 経済地域による企業の数

経 済 地 域	企 業 数	パーセント
米 国・カ ナ ダ	324	46.15
西 欧	238	33.90
日 本・韓 国・ASEAN	110	15.67
南 米	12	1.71
ア フ リ カ	8	1.14
中 近 東・イ ン ド	7	1.00
オーストラリア	3	.43
合 計	702	100.00

ii. 仮説上の結果

企業の研究活動の相違を観察すると（表3）研究集約的な企業は研究非集約的な企業よりも地理的に展開する傾向がみえるといえる。とりわけ、企業は研究集約的であればあるほど、グローバルに展開する傾向を示している。

表3 研究活動費からみた全体の企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グローバル	196(157.68)*	123(161.32)*	319
トランスナショナル	75(65.25)*	57(66.75)*	132
ナショナル	76(124.07)*	175(126.93)*	251
合 計	347(347)	355(355)	702

* 括弧にある数字は帰無仮説による度数である。

カイ2乗数値: 58.13, $P < .001$, $DF=2$

企業は国別に分類された場合にも、同傾向が米、日、独、仏（表4、5、6、7）企業にも明白に表われている。これに対してカナダと発展途上国の企業は特別な傾向がみえる。（表8、9）

表4 研究活動費からみた米企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グローバル	100(92.70)	71(78.30)	171
トランスナショナル	37(29.27)	17(24.73)	54
ナショナル	24(39.03)	48(32.97)	72
合 計	161(161)	136(136)	297

カイ2乗数値: 18.01, $P < .001$, $DF=2$

表5 研究活動費からみた日企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グローバル	14(8.58)	2(7.42)	16
トランスナショナル	19(15.55)	10(13.45)	19
ナショナル	19(27.88)	33(24.12)	52
合 計	52(52)	45(45)	97

カイ2乗数値: 15.12, $P < .001$, $DF=2$

表6 研究活動費からみた独企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グ ロー バ ル	21(17.44)	7(10.57)	28
トランスナショナル	4(4.96)	4(3.02)	8
ナ シ ョ ナ ル	8(10.58)	9(6.42)	17
合 計	33(33)	20(20)	53

カイ2乗数値は独, 仏, 加, 発展途上国の企業の場合, 件数が足りない欄があるので計算できなかった。

表7 研究活動費からみた仏企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グ ロー バ ル	11(7.64)	3(6.36)	14
トランスナショナル	3(3.82)	4(3.18)	7
ナ シ ョ ナ ル	4(6.55)	8(5.45)	12
合 計	18(18)	15(15)	33

カイ2乗数値: 同上

表8 研究活動費からみた加企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グ ロー バ ル	1(1.30)	4(3.70)	5
トランスナショナル	1(2.07)	7(5.93)	8
ナ シ ョ ナ ル	5(3.63)	9(10.37)	14
合 計	7(7)	20(20)	27

カイ2乗数値: 同上

表9 研究活動費からみた発展途上国の企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グ ロー バ ル	2(.79)	1(2.21)	3
トランスナショナル	2(1.57)	4(4.43)	6
ナ シ ョ ナ ル	7(8.64)	26(24.36)	33
合 計	11(11)	31(31)	42

カイ2乗数値: 同上

カナダの企業における特殊な傾向の理由は周知の通りであり、ここでは少しふれるにとどめておく。カナダに進出している外国企業の子会社は、カナダの製造業の総売上高そして総資産の約60%を占める²¹⁾。実際、フォーチュン雑誌に載った大部分のカナダの企業は米企業の子会社であり、そのため海外進出する自由が限られてくるといえよう。発展途上国の企業の場合、多くは鉱業（特に石油業）に活発であるのに対し、製造業はまだ少なく新興企業であり研究ベースもまだ十分ではないといえよう。英国企業のケースは興味深い。（表10）

表10 研究活動費からみた英企業の地理的展開

	研究集約的企業 (RI)	研究非集約的企業 (NRI)	合計
グ ロー バ ル	23(18.28)	21(25.71)	44
トランスナショナル	5(5.40)	8(7.60)	13
ナ シ ョ ナ ル	4(8.31)	16(11.69)	20
合 計	32(32)	45(45)	77

カイ2乗数値: 5.96, $P < .10$, $DF=2$

研究集約的企業と研究非集約的企業の地理的展開には、なんら相違はみられない。このような現象を説明するのは容易ではないが、あえて言うのが許されるならば、英国の植民地は研究ベースを問わず、英企業の地理的展開の根本的な土台となったと言えよう。さらに F. ベルー²²⁾によれば、英国経済と植民地経済間には、いわゆる「支配的な効果」が存在したであろうということである。その支配的経済に属する企業は次のような理由で優先される。それは、そのような経済が貨幣制度や商業制度をもち、多くの政治的意思決定権を独占しているからである。この政治的意思決定権によって植民地の経済状況は影響をこうむり、支配的経済に属する企業は利益をもたらしされることになるのである。

21) C. Kindleberger, D. B. Audretsch, *The Multinational Corporation in the 1980's*, Cambridge, MA, MIT Press, 1982, p. 337-342.

22) F. Perroux, "Esquisse d'une Theorie de l'Economie Dominante" in *Economie Appliquée*, vol. 1, n. 2-3, 1948, p. 246-284.

ここで、日本の企業の地理的展開に特に注目しなければならない。日本の企業は、米、独、英企業ほど地理的展開はみせないが、西欧企業と同じ展開をみせはじめている。日本の企業の地理的展開に影響を与えると考えられた要素をここでもっと詳しく重回帰分析によって観察する。

4つの独立変数が選択された。

1. 企業の利潤率（総売上高利潤率）
2. 輸出率（総製品に対する輸出の割合）
3. 外国人による株の所有率
4. 系列企業による投資率

この変数は以下の理由で選択された。

- a. 企業の地理的展開は、イノベーションの利益又は鞘取りの利益を問わず、企業への利益を目的としている。だが、もし研究集約的な企業がイノベーションによる利益を獲得するために（カプチャー・プロセス）海外進出するならば（エスケープ・プロセス）、利潤率と地理的展開との相関関係は、イノベーションの利益を追求する企業の方がより高いと推測される。もし日本の企業がこの地理的展開のパターンに従うならば、最近の日本の企業は、西欧の企業の地理的展開に類似してきたといえよう。
- b. 米企業の発展のダイナミックスによれば、企業が成長し外国で生産するにつれて輸出率が減少してゆくということは小島氏の理論であった。無論この理論は、特に研究集約的な企業に適用される。しかし、研究非集約的な企業の場合、商業に基づいた鞘取りの利益を目的にするため上述の理論はあてはまらない。従って研究集約的な企業においては地理的展開と輸出率との間に負相関が、そして研究非集約的な企業においては正相関が予想される。
- c. 上述されたように企業の地理的展開のための重要な条件は、物的資源と人的資源の自由な管理である。外国人オーナーは、地方の子会社の管理に自由な決定権を持つことを許さないため、企業の地理的展開の障害になる可能性がある（例：カナダ）。従って外国人による株の所有率と企業の地理的展開

との間には負相関が予想される。

- d. 日本の企業の場合は特に通常、系列化していることが多いため、企業と金融機関〔銀行、信託、保険など〕との系列は、企業の地理的展開にある程度影響を与えると考えられた。それは推測にすぎないが、おそらく日本の企業は系列に入ることによってこそ、金融機関に関連し総合商社にも関連を持つ可能性があるといえるだろう。従って企業は、商社を媒介にし地理的展開を行うといえる。それについて企業の地理的展開と金融機関との関係は、正相関であると予想される。この分析の結果は、研究非集約的な企業の場合、表11に示されている。

表11 利潤率、輸出率、外国人株主率、系列による日本企業の地理的展開
〔研究活動費が低い場合〕(Zero-order 相関関係)

	利潤率	輸出率	外国人株主率	系 列	地 理 的 展 開
利 潤 率	1				
輸 出 率	.227	1			
外国人株主率	.150	-.149	1		
系 列	.230	.058	-.280**	1	
地 理 的 展 開	.123	.114	-.224	.270*	1

** P<.05; * P<.10

相関関係は一般的に有意ではないが、方向は仮説された通りである。研究非集約的な企業の場合、地理的展開に一番強い関係を示す変数は、金融機関の投資率である。上述したように研究非集約的な企業の地理的展開は、おそらく金融機関に関連のある総合商社を媒介にしているのであろうが、この結果は今の段階では慎重にとらえざるをえない。さらにここで観察された関係は、ミクロの分析のレベルでもっと詳しく研究する必要がある。偏相関(表12)は低く有意ではないが、相関関係による結果に一致している。

結論を見い出そうとすれば、次の通り述べられるだろう。：日本の研究非集約的な企業の地理的展開は金融機関に関連し、そしてまたその金融機関に関連

表12 利潤率，輸出率，外国人株主率，系列による日本企業の地理的展開
〔研究活動費が低い場合〕（回帰分析）

	Beta Weight	R-Criterion	Beta W.* R-Criterion
利 潤 率	.089	.120	.0107
輸 出 率	.056	.114	.0064
外国人株主率	-.167	-.224	.0374
系 列	.189	.270	.0511

R-乗=.1056, F-値=1.06, n. s.

している総合商社によって促進される可能性がある。無論上述のように、最後の結論は仮のものであり、それを確かめるためにもっと詳しい研究を行わなければならない。

研究集約的な企業が同様に分析された。相関関係（表13）はまた有意ではないが、方向は予想通りである。

表13 利潤率，輸出率，外国人株主率，系列による日本企業の地理的展開
〔研究活動費が高い場合〕（Zero-order 相関関係）

	利潤率	輸出率	外国人株主率	系 列	地理的展開
利 潤 率	1				
輸 出 率	.321**	1			
外国人株主率	.538***	.361**	1		
系 列	-.057	-.245*	-.178	1	
地 理 的 展 開	.177	-.099	.087	-.108	1

* $P < .10$; ** $P < .05$; *** $P < .02$

研究集約的な企業の地理的展開は、企業の利潤に正相関を示すのに対し、企業の輸出率には負相関を示す。この結果は偏相関の分析に明白に示されている。（表14）

回帰分析による係数は、統計的には有意なものではないが、日本の研究集約的な企業と研究非集約的な企業は、違ったパターンで地理的展開するというこ

表14 利潤率，輸出率，外国人株主率，系列による日本企業の地理的展開
 [研究活動費が高い場合] (回帰分析)

	Beta Weight	R-Criterion	Beta W.*	R-Criterion
利 潤 率	.195	.177		.0345
輸 出 率	-.197	-.099		.0195
外国人株主率	.012	.087		.0010
系 列	-.143	-.108		.0154

R-乗=.0704, F-値=1.1, n. s.

とが示された。従って企業の地理的展開は、必ずしも今まで提示された理論に一致していない。

VIII 結果の評価と結び

この論文でテストした主な仮説の過半数は、妥当であった。イノベーションの利益は、企業の地理的展開に重要な役割を演じるといえる。グローバルに展開する企業は、輸取りの利益を大事にしつつ、プロダクト又はプロセスのイノベーションを活動の中心にして、さらにイノベーションによる利益を獲得するために地理的展開を行う。前にも言及したように、ここで下された結論は、マクロ分析に基づいたものに過ぎない。イノベーション利益と輸取り利益は総計されたものとして扱われたため、現実の各企業の状況を検討しなかった。特にここでふれられていない重要な問題は、輸取りの利益とイノベーションの利益間の最適なバランスであろう。以前にも述べたように双方の利益は補いあっているが、ここでこの問題を扱う余裕はなかった。この問題については、コンティンジェンシー・アプローチに基づいた研究が望ましいといえる。そして、ここで特に興味深かったことは、日本の企業の地理的展開のパターンであった。統計的には相関係数は有意ではなかったが、日本の企業が最近、西欧の企業のようなパターンを示しはじめていることが明らかになった。近い将来、日本の企業の技術ベースが拡大されるにつれて（特に電子産業）その類似性は高まってゆくということがいえるだろう。

企業の地理的展開について解決されていない問題はまだ多く残り、これからの研究の焦点とされてゆくことが期待されるであろう。